

The logo for ING, consisting of the letters 'ING' in a bold, cyan-colored, sans-serif font.

ING

Sponsoring von „Wer stiehlt mir die Show?“

# AGENDA

**1 Steckbrief**

---

2 Ergebnisse

---

3 Fazit

---

# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Media
<b>Durchführung</b>	Payback.net
<b>Grundgesamtheit</b>	Erw. 18-49 Jahre
<b>Auswahlverfahren</b>	Befragung im Payback Online Panel
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 9. – 15. Dezember 2021; Endmessung: 9. – 12. Februar 2022
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n = 1.051; Endmessung: n=1.313
<b>Inhalt</b>	Gestützte Markenbekanntheit, ungestützte und gestützte Werbeerinnerung, Markensympathie, gestützte Sponsor Erinnerung, Sponsorfit

# VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nullmessung (NM)



Nullmessung Stammseher (3 oder mehr Folgen)

Endmessung (EM)



Endmessung Stammseher (3 oder mehr Folgen)

Sponsoring erinnert

# AGENDA

1 Steckbrief

---

**2 Ergebnisse**

---

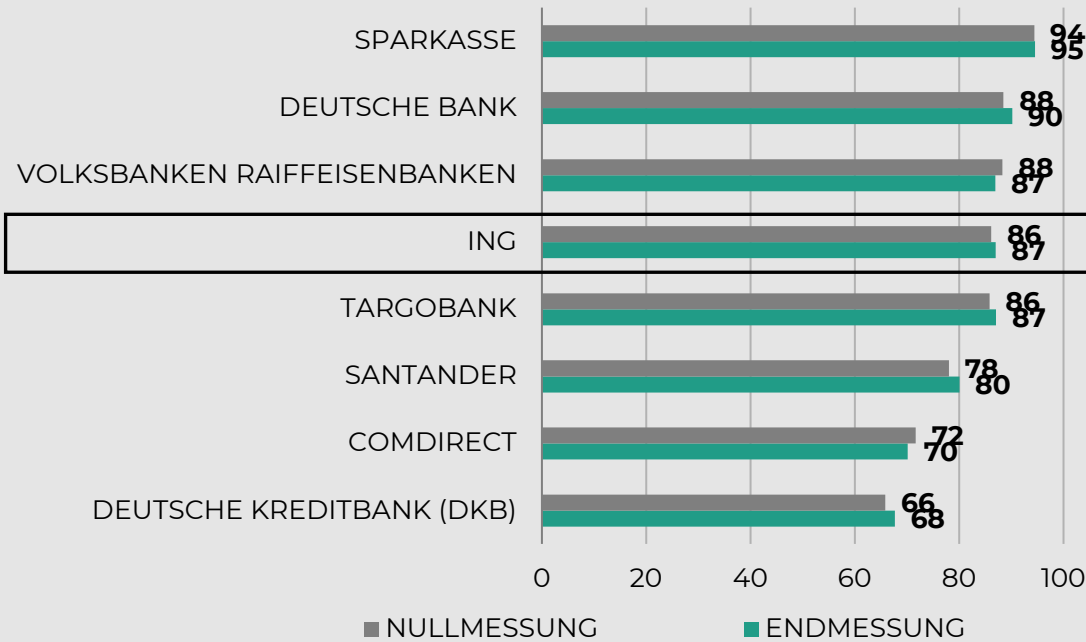
3 Fazit

---

# FAST HUNDERTPROZENTIGE MARKENBEKANNTHEIT BEI SPONSORERINNERERN

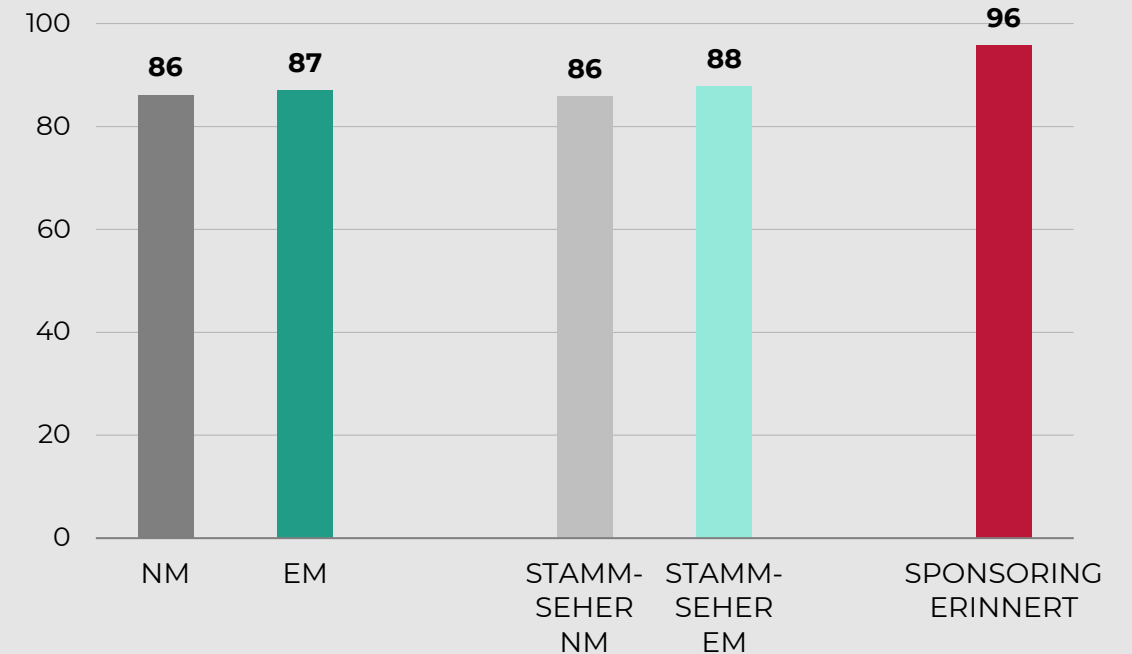
## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT ING

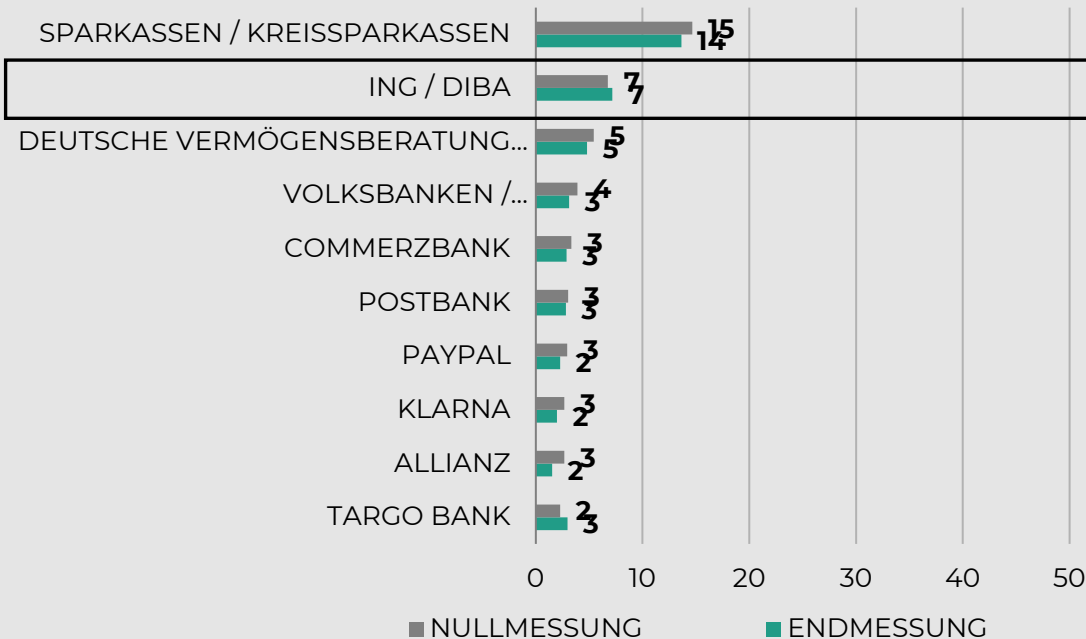
Angaben in %



# UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG DURCH TV-SPONSORING GESTEIGERT

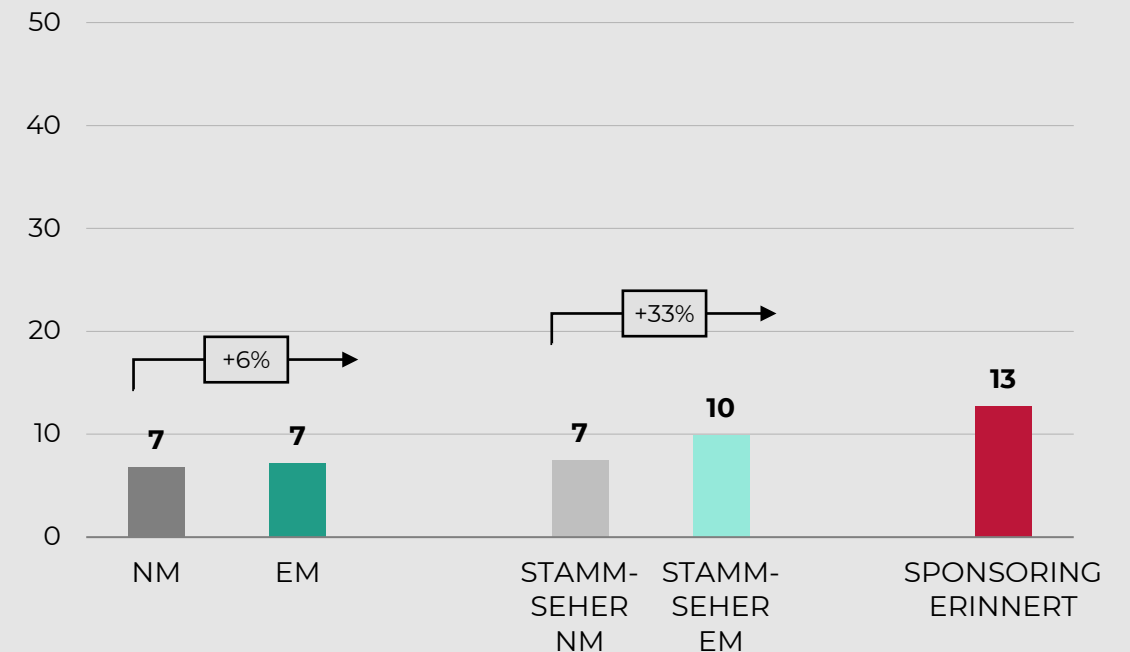
## UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in % (Top10 der Nullmessung)



## UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ING

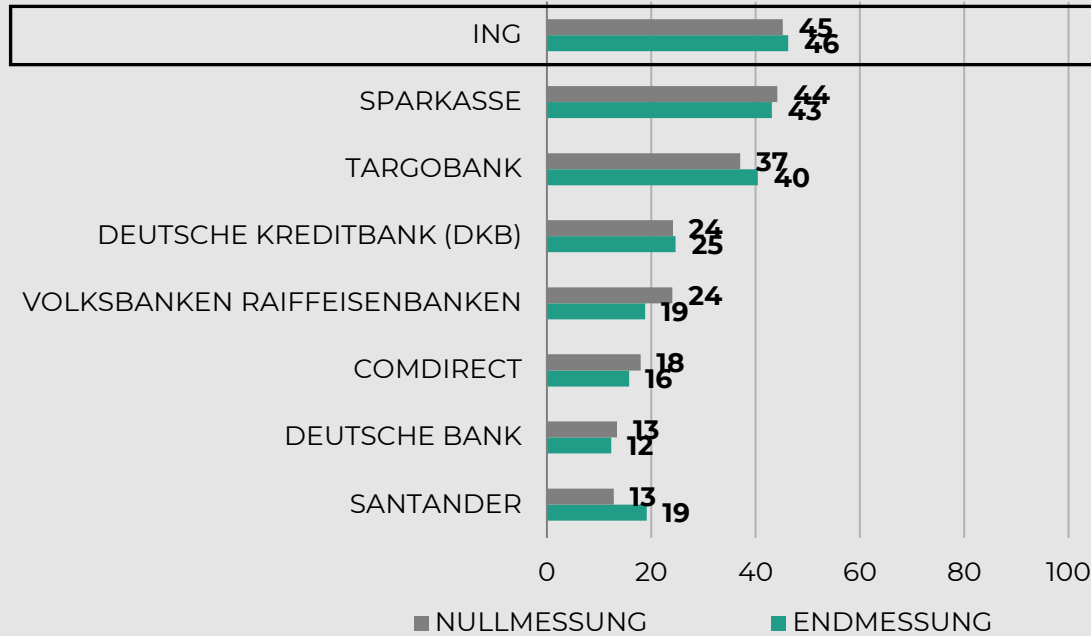
Angaben in %



# DEUTLICHE STEIGERUNG DER WERBEERINNERUNG BEI STAMMSEHERN

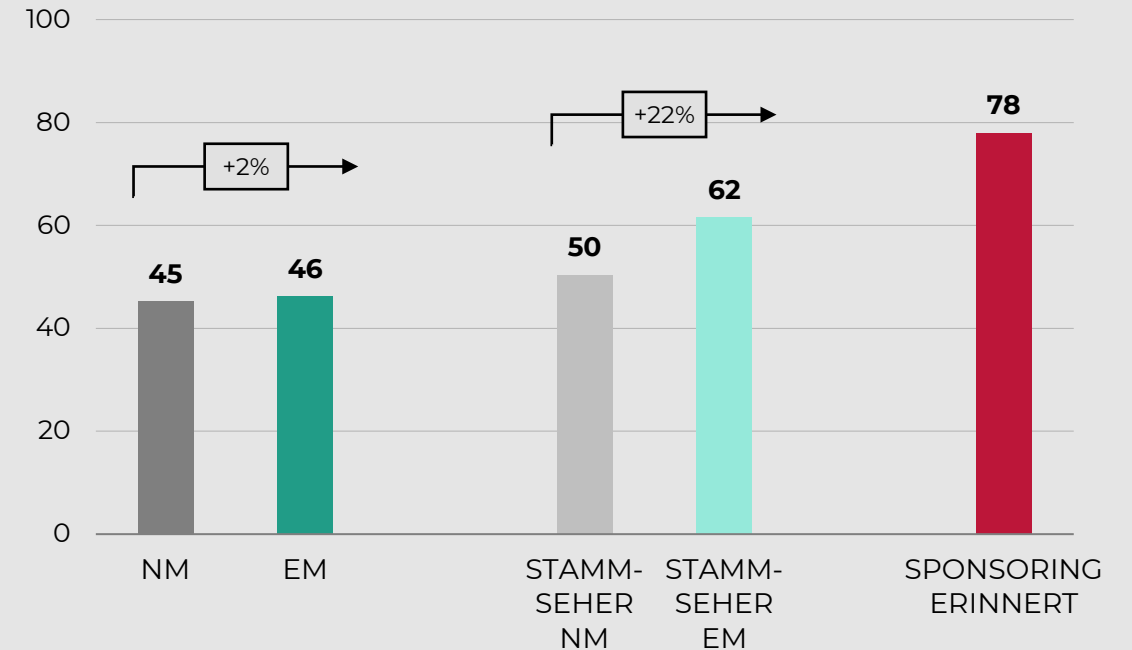
## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ING

Angaben in %

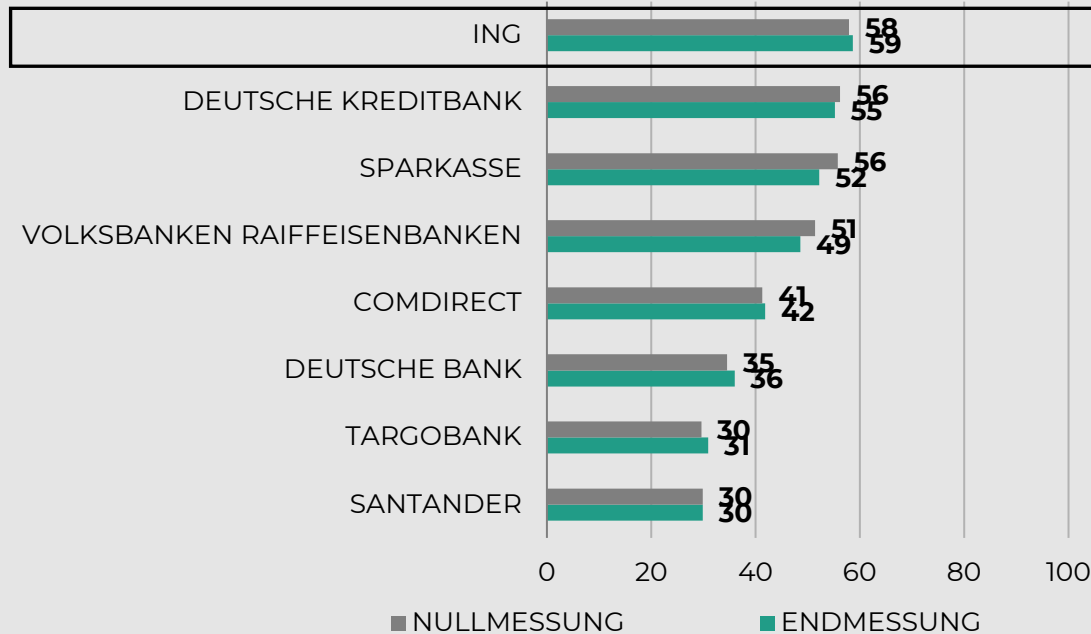




# POSITIVER EINFLUSS AUF MARKENSYMPATHIE DURCH TV-SPONSORING

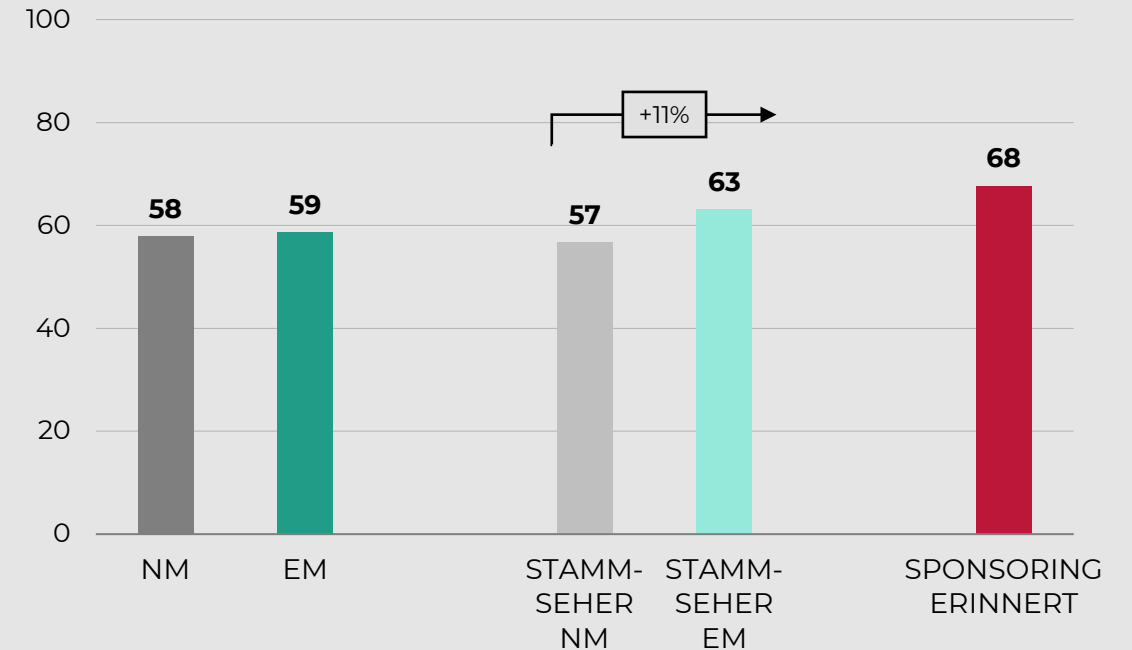
## MARKENSYMPATHIE

Angaben in % (Top2)

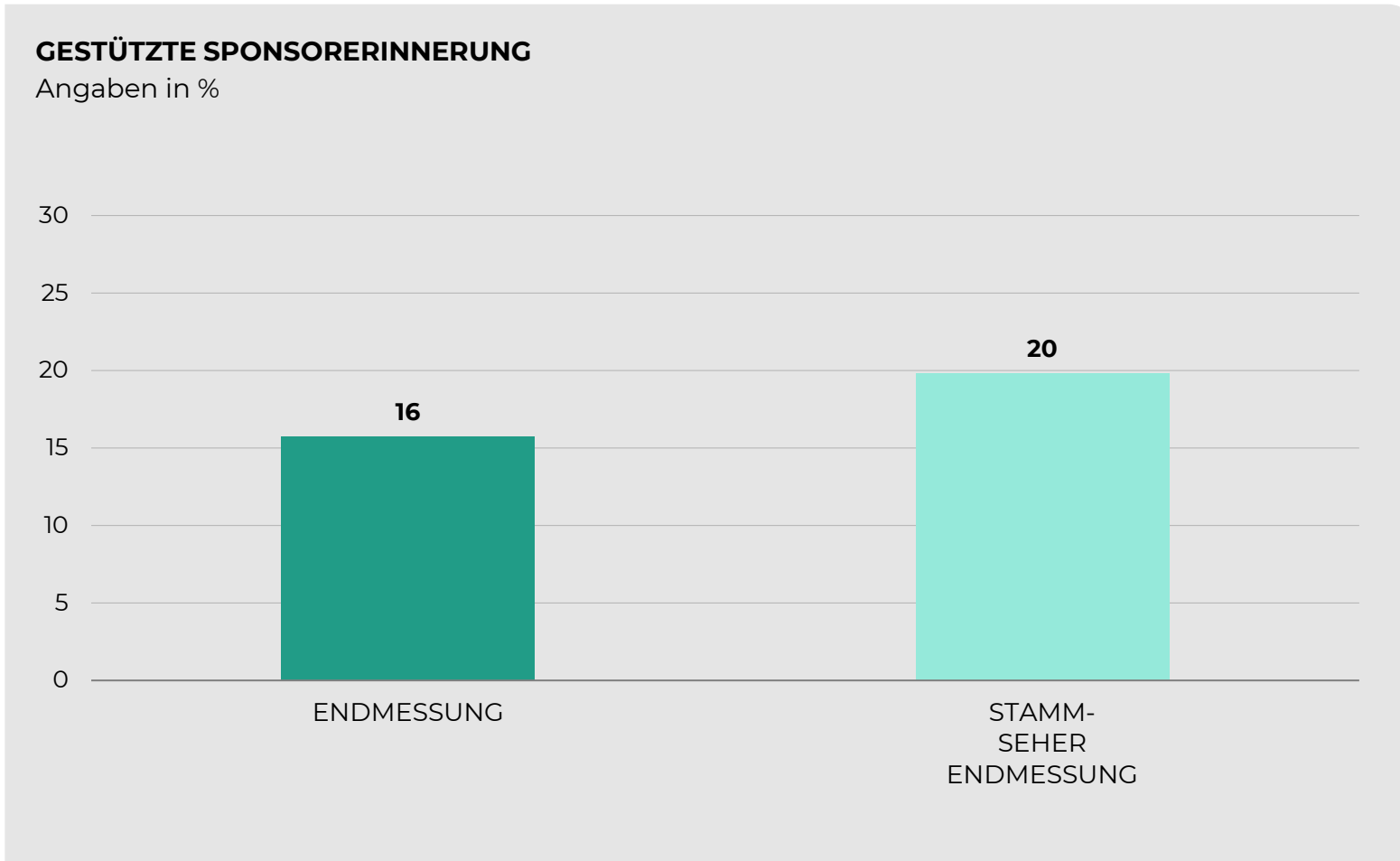


## MARKENSYMPATHIE ING

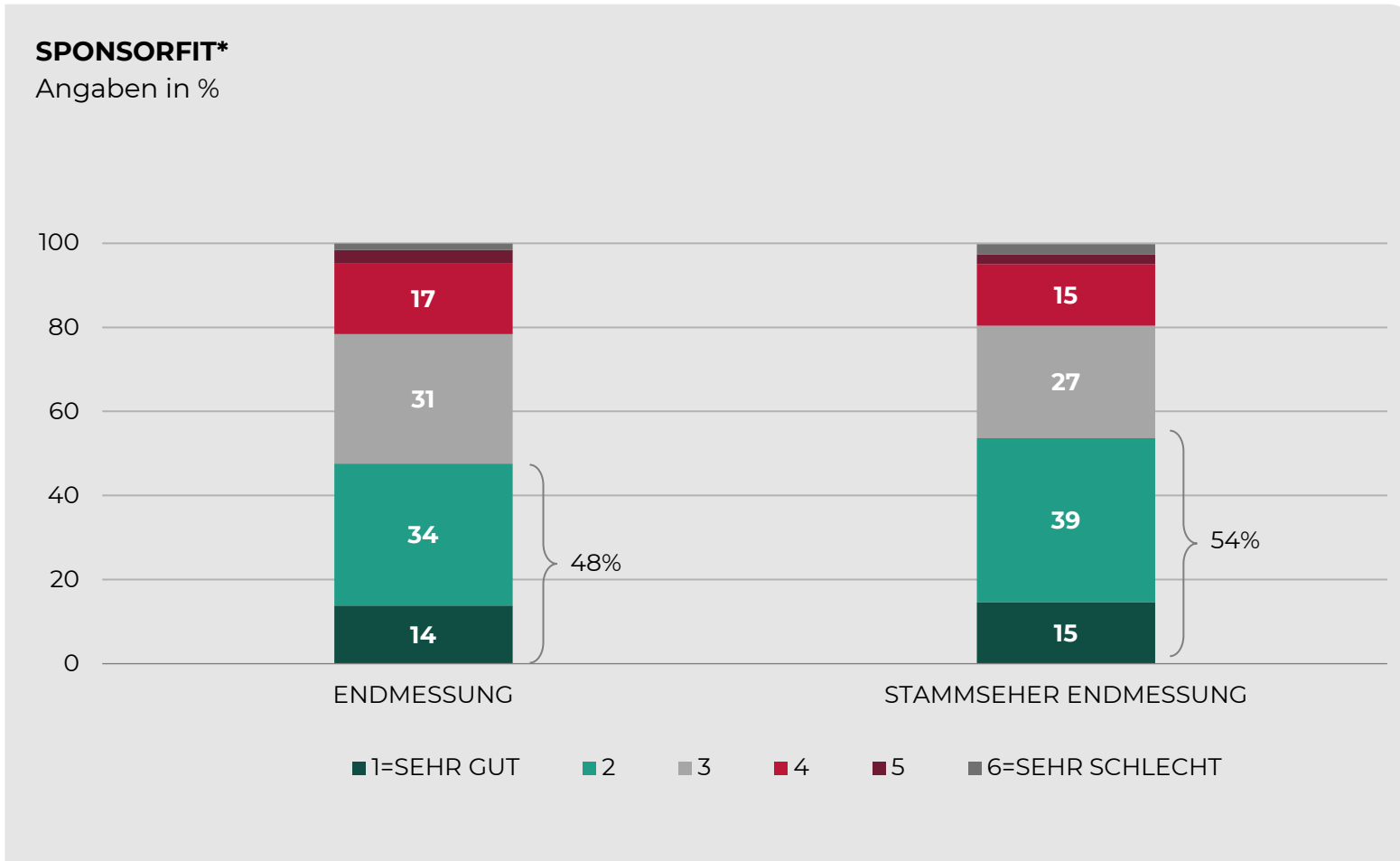
Angaben in % (Top2)



# JEDER FÜNFTE STAMMSEHER ERINNERT SICH GESTÜTZT AN DIE ING ALS SPONSOR



# HÖHERER SPONSORFIT BEI STAMMSEHERN



# AGENDA

1 Steckbrief

---

2 Ergebnisse

---

**3 Fazit**

---

Durch das TV-Sponsoring von „Wer stiehlt mir die Show?“ ...

- liegt die Markenbekanntheit bei fast 100 Prozent in der Gruppe der Sponsorereinnerer.
- werden ungestützte und gestützte Werbeerinnerung bei den Stammseher:innen deutlich gesteigert.
- erfährt die Markensympathie der ING einen leichten Uplift.
- wird der Fit von ING und Format bei den Stammseher:innen deutlich besser bewertet.

Advertising & Media Research

# FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

